

APRESENTAÇÃO

O terceiro número da Revista Pensamento & Realidade de 2012 apresenta artigos que abordam de um lado a crise econômica e de outros novos modelos de organização baseados entre outros princípios a sustentabilidade. Assim, os artigos deste número revelam caminhos que ajudam a desvendar diversas questões relevantes para a sociedade.

O primeiro artigo de Machado, Pinheiro, Monteiro e Guerra, traz um debate sobre a crise financeira mundial e seus impactos no setor calçadista brasileiro, para este fim, foram pesquisadas três empresas, sendo uma fornecedora de matéria-prima, uma fabricante e outra varejista. Este artigo revela que a crise econômica, por mais mundial que seja, ela ocasiona tanto para o fornecedor, como para o fabricante e o varejista uma dinâmica que faz com que os elementos econômicos atuem e influenciem as competitividade entre as organizações.

O artigo de Martins, Amorim e Las Casas o objetivo é também preocupar com a compreensão do mercado, apresenta um estudo de caso sobre a demanda e produtividade em medicina diagnóstica a partir do marketing de serviços analisa a complexidade dos serviços de medicina diagnóstica. Apresentam uma experiência de implantação da demanda livre , ou seja, a realização de exames sem agendamento prévio com o objetivo de aumentar sua produtividade.

Bartone, Carvalho e Cunha em seu artigo analisam as práticas de gestão de empresas inovadoras do setor de cosméticos na perspectiva de Morgan (2007). O método utilizado foi o estudo de caso, analisando dados secundários, em especial oriundos de sites institucionais de quatro empresas, sendo duas brasileiras e duas estrangeiras, reconhecidas como inovadoras. Os resultados revelam que a visão sob diferentes perspectivas e a combinação de imagens organizacionais facilitam a formação de um ambiente propício à inovação.

A pesquisa de Mattoso e Ferreira busca compreender o mercado consumidor jovem e adulto universitário de classe C a partir do discurso do consumo consciente e do crédito veiculado em filmes publicitários de instituições financeiras. O estudo buscou identificar se os filmes publicitários influenciam o comportamento dos alunos em relação ao seu consumo financeiro. Observou-se que os jovens mostram-se receptivos ao discurso do consumo consciente financeiro, veiculado pelos filmes publicitários. Isso remete, principalmente, às ideias de “economia e planejamento para o futuro”. Em geral, os entrevistados deixaram transparecer certa desconfiança em relação à iniciativa e intenção das instituições financeiras e também

observou-se que os filmes não exercem influência imediata no comportamento de consumo financeiro dos alunos, mas funcionam como uma alerta para refletir sobre a questão da organização financeira.

Na mesma linha, “As Cooperativas de Crédito Mútuo no Brasil” artigo de Silva e Junior apresenta uma análise sobre a realidade das cooperativas de crédito mútuo no Brasil, tendo em vista a importância singular do cooperativismo de crédito para toda a sociedade. Também surge como alternativa de aplicação de recursos privados dos associados em favor da própria comunidade onde as mesmas estão inseridas. A pesquisa confirma que, no Brasil, o cooperativismo de crédito mútuo, além de ser apresentado como uma das opções viáveis para o sistema financeiro nacional, também é visto como uma alternativa para alguns setores da sociedade promoverem a humanização do sistema financeiro, situando-o em patamares mais justos, tanto para os juros do crédito, como para a remuneração do capital.

O sexto artigo deste número, retoma a temática da inovação, porém em uma perspectiva de desenvolvimento local por meio de negócios sociais. Os pesquisadores Nascimento, Fazon, Oliveira e Hid discutem o caso do Banco Pérola, uma OSCIP creditícia que distribui microcrédito produtivo, para a população menos favorecida da cidade de Sorocaba-SP. Os dados institucionais desse estudo de caso referem ao seu desenvolvimento, desde o número e gênero de clientes, tipos de empreendimentos desenvolvidos, até a média de empréstimos concedidos, números de parcerias e fontes de recursos no período, 2009 a 2011. A análise dos dados possibilita afirmar que a inovação nos negócios sociais contribui de forma positiva para o desenvolvimento local. O crescimento do banco propiciou a captação e distribuição de crédito para a fomentação de empreendimentos nas comunidades, gerando trabalho e renda.

O último artigo de Nogueira e Claro apresenta um ensaio sobre “Sustentabilidade e consumo consciente e sua relação com o desenvolvimento econômico da Região Metropolitana da Baixada Santista” que tem como objetivo resgatar o termo consumo consciente, a partir de uma perspectiva crítica identifica as dimensões pelas quais se manifesta, e sua influência no cotidiano do consumidor.

A seção especial deste número apresenta um trabalho realizado por Fornazier e Belik que debate sobre as políticas públicas que atuam no nível territorial. No Brasil, o Programa Territórios da Cidadania busca a integração das políticas, não atuando apenas no setor agrícola produtivo, mas na interface com os setores sociais. O objetivo desse trabalho é verificar como ocorre o arranjo das políticas dos Territórios da Cidadania, procurando

verificar se as políticas buscam de fato uma articulação territorial ou se é uma atuação isolada das políticas públicas setoriais. Observou-se que os territórios não são espaços integrados de atuação das políticas públicas, mas como ações setoriais de cada política. Isso ocorre, especialmente, da maneira como é desenhado o programa de cada ministério, que direciona os recursos para os municípios que compõem o território. A coordenação das atividades tanto no nível federal, como municipal demanda a articulação entre os participantes da política para que se obtenham não apenas os benefícios da interação, como o melhor aproveitamento dos recursos disponíveis, contemplando os conflitos que ocorrem nas múltiplas escalas de poder.